

## ***Creativity In Craft: Pengembangan Kerajinan Perca Batik Bernilai Komersial***

**Titi Rahayu Prasetiani<sup>1</sup>, Sri Puji Astuti<sup>2</sup>, dan Catur Ragil Sutrisno<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan, Jl Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 812 2757 919

<sup>2</sup> Fakultas Teknik Universitas Pekalongan, Jl. Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 817 241 155

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Pekalongan, Jl. Sriwijaya No.3 Pekalongan 51119, +62 858 7848 6616

*Email: [titi.unikal@gmail.com](mailto:titi.unikal@gmail.com)*

### **Abstrak**

*Perca batik adalah sisa-sisa kain batik setelah kain tersebut digunakan sebagai bahan membuat produk, terutama produk pakaian. Perca batik selama ini hanya dijual dengan harga yang sangat murah. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai tambah dari perca batik melalui pengembangan kerajinan (craft) agar bernilai komersial. Metode yang digunakan menggunakan rekayasa nilai, yaitu melalui tahap informasi, tahap kreativitas dan tahap pengujian. Hasilnya diperoleh konsep produk kerajinan berbahan baku perca berupa tas, pakaian dan aksesoris. Implikasi dari kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kegiatan ekonomi daerah dan penghasilan masyarakat melalui usaha kreatif kerajinan dari perca batik ini.*

***Kata Kunci:*** perca batik, kerajinan, komersial, rekayasa nilai

### **Pendahuluan**

Ekonomi kreatif merupakan sektor riil yang sedang berkembang dan menjadi salah satu pondasi ekonomi di Indonesia. Sebuah konsep yang bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia dan ide-ide kreatif pemikiran manusia ini didukung dengan keberadaan industri kreatif sebagai pengejawantahannya. Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Triawan Munaf, menyatakan gagasannya untuk membangun sebuah kota kreatif berbasis industri kreatif (Bekraft Creative District). BCD ini merupakan sebuah konsep yang digagas berdasarkan kebutuhan para pelaku industri kreatif di Indonesia. Bekraf akan fokus kepada 6 (enam) subsektor prioritas guna mendukung langkah awal konsep Bekraft Creative District (BCD) yaitu fashion, film, musik, kriya, kuliner dan games atau aplikasi digital. (<https://money.kompas.com>).

Seni kriya sebagai salah satu subsektor prioritas merupakan salah satu sub sektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata. Dilihat dari materialnya, kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Ketersediaan bahan baku material yang berlimpah dan kreativitas para pelaku industri menjadi faktor utama majunya subsektor ini. ([www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)).

Kerajinan tekstil salah satunya adalah kerajinan batik. Selama ini batik dibuat untuk tujuan utama yaitu pakaian atau *fashion*. Dalam kegiatan produksi tersebut menghasilkan potensi lain yang belum tergarap maksimal yaitu kain perca, sisa potongan kain batik. Sejalan dengan konsep *zero waste*, maka perca bukan lagi sebagai limbah, melainkan perca dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku utama kerajinan batik.

Pekalongan sebagai daerah dengan industri batiknya yang sangat besar tentu juga memiliki potensi perca batik yang melimpah. Perca batik selama ini dikirim ke luar kota, khususnya Solo dan Jogja dan di sana dijadikan bahan baku kerajinan tangan (*craft*) batik. Hal ini menjadi tantangan bagi industri batik di Pekalongan agar mampu merancang suatu produk yang benar-benar menarik tidak hanya berupa *fashion* batik saja namun juga kerajinan tangan (*craft*) yang terbuat dari batik. Daya kreatif dan inovatif mutlak diperlukan agar produk dapat bersaing di pasaran. Kreatifitas dimulai dari tahap perancangan produk, proses produksi sampai dengan tahap promosi dan pemasaran.

Adapun tujuan kegiatan ini adalah merancang pengembangan produk kerajinan berbahan baku perca batik yang tepat sesuai dengan kemampuan produksi dan keinginan pasar. Secara spesifik tujuan ini dapat diperinci sebagai berikut: (a) mengidentifikasi karakteristik produk kerajinan berbahan baku perca batik sesuai permintaan konsumen, (b) merumuskan konsep produk kerajinan berbahan baku perca dengan pendekatan rekayasa nilai.

### Metode Pelaksanaan

Pengembangan produk dilakukan dengan pendekatan Rekayasa Nilai (*Value Engineering*). Menurut Park, Richard J (26: 1999) rekayasa nilai adalah sistem untuk menyelesaikan suatu desain dengan menetapkan tujuan yang jelas dan mengembangkan sesuai yang diinginkan. Rencana kerja dalam rekayasa nilai meliputi: (1) Tahap informasi, yakni mengidentifikasi secara lengkap apa yang menjadi harapan dan kebutuhan konsumen. Informasi ini dapat dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, survey pasar dan metode pengumpulan data lainnya. (2) Tahap kreativitas, yakni merancang produk dengan berbagai variasi. (3) Tahap analisis, yang merupakan kelanjutan dari tahap kreativitas dengan melakukan analisis terhadap masukan ide kreatif. (4) Tahap pengembangan, merupakan seleksi ide pada tahap sebelumnya yang disempurnakan. (5) Tahap rekomendasi, yaitu mempresentasikan alternatif terpilih.

Menurut J Hutabarat (1995), ada 4 nilai yang perlu dipertimbangkan dalam suatu perancangan menggunakan metode rekayasa nilai, yaitu: Nilai Guna (*Use Value*), Nilai Kebanggaan (*Esteem Value*), Nilai Tukar (*Exchange Value*) dan Nilai Biaya (*Cost Value*)

Produk kerajinan berbahan baku perca batik akan dipertimbangkan atas empat jenis nilai tersebut

- a. Nilai Guna (*Use Value*), nilai ini mencerminkan seberapa besar kegunaan produk kerajinan perca batik dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. Nilai kebanggaan (*Esteem Value*), nilai ini menunjukkan berapa besar kemampuan dari produk kerajinan perca batik yang dapat mendorong konsumen untuk memilikinya.
- c. Nilai Tukar (*Exchange Value*), nilai ini menunjukkan seberapa besar konsumen mau berkorban atau mengeluarkan biaya untuk mendapatkan produk kerajinan perca batik tersebut.
- d. Nilai Biaya (*Cost Value*), nilai ini menunjukkan seberapa besar biaya total yang diperlukan untuk menghasilkan produk kerajinan perca batik serta memenuhi fungsi yang diinginkan.

### Hasil dan Pembahasan)

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Sijambe Kecamatan Wonokerto Kabupaten Pekalongan, dengan mitra adalah Aisyiah Ranting Sijambe. Tahapan - tahapan dari kegiatan pengabdian ini menghasilkan:

**Tahap informasi**, telah dilaksanakan dengan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan pengurus dan anggota Aisyiyah Desa Sijambe Wonokerto. Hasilnya diperoleh informasi bahwa perca batik sebagai bahan baku tersedia melimpah, yang selama ini justru langsung dijual ke pengepul untuk dikirim ke Solo dan Yogya sebagai bahan pembuatan kerajinan (*craft*). Teknik produksi dalam taraf dasar telah dimiliki, kemampuan menjahit telah ada, ketersediaan waktu di sela sela pekerjaan pokok.

Tahap informasi juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden di wilayah Pekalongan dan sekitarnya untuk menggali kebutuhan dan harapan konsumen akan produk yang telah ditentukan, yaitu kerajinan (*craft*) berbahan baku perca. Item - item pertanyaan meliputi: pengetahuan tentang batik dan perca batik, minat dan keinginan beli terhadap kerajinan perca batik, kisaran harga, lokasi pembelian, jenis produk yang paling diminati dari perca batik dan alasan pemilihan produk. Dari jawaban responden diperoleh hasil bahwa 100 % responden mengetahui tentang batik dan sebagian besar (67%) mengetahuinya dari *word of mouth*. Meskipun semua responden menjawab mengetahui tentang batik namun ternyata hanya 83% yang mengetahui tentang kerajinan dari perca batik, 77% menyukai kerajinan berbahan baku perca batik serta 70% nya berminat untuk membelinya. Untuk kisaran harga yang paling tepat menurut sebagian besar responden (55%) menjawab di kisaran harga 100 ribu sampai 200 ribu. Sebagian besar responden menyatakan membeli kerajinan perca batik di kegiatan pameran (35%), sementara yang membeli melalui toko online sebesar 28%, sisanya membeli di pusat pasar batik (11%), toko / galeri (10%) dan mall / supermarket (16%). Untuk jumlah kerajinan perca batik yang dimiliki oleh responden, sebagian besar responden (69%) menjawab kisaran 1-5 barang yang dimiliki. Sementara menurut responden, jika kain perca batik diproduksi sebagai bahan utama kerajinan (*craft*), maka produk yang paling tepat (diurutkan dari yang prosentase terbesar) adalah: aksesoris (32%), tas (24%), pakaian (19%), sandal/sepatu (12%), barang pakai (10%) dan hiasan rumah (3%). Pada item pertanyaan terakhir yaitu apa yang membuat responden tertarik dengan

kerajinan perca batik, diproses secara handmade (30%), dapat mengurangi limbah (25%), harganya terjangkau (22%), keunikan produknya (13%)serta motifnya yang beragam (10%).

**Tahap kreativitas**, dilakukan untuk menghasilkan alternatif konsep produk. Konsep produk adalah sebuah gambaran atau perkiraan mengenai teknologi, prinsip kerja, dan bentuk produk. Konsep produk merupakan gambaran singkat bagaimana produk memuaskan kebutuhan pelanggan. Sebuah konsep biasanya diekspresikan sebagai sebuah sketsa. Berdasarkan hasil dari tahap informasi, maka dilanjutkan dengan merancang berbagai kreasi alternatif produk berdasarkan minat konsumen dan kemampuan produksi mitra, sehingga dihasilkan 3 jenis kerajinan (*craft*) perca batik, yaitu:

Tabel 1. Nama, Jenis dan Spesifikasi Produk Alternatif Kerajinan Perca Batik

Nama Produk	Jenis Produk	Spesifikasi Produk
1. Aksesoris	a. Kalung	Panjang ; bisa nampak jika dipakai untuk ibu-ibu yang berhijab/berbusana muslim
	b. Bros	Menggunakan warna cerah yang dikombinasikan dengan kain perca polos dan material lainnya seperti kancing batok, manik-manik atau batu-batuan sintetis
2. Tas	a. Tas Wanita	Model tas casual untuk acara non formal, material tas dikombinasikan dengan bahan lain (jeans, goni, canvas, maupun kain blacu)
	b. <i>Goodie bag</i>	Berbahan baku kain blacu yang dikombinasi dengan perca batik, dipakai untuk seminar <i>kit</i>
3. Pakaian	a. Outer	Long outer, tidak terlalu banyak motif perca, dikombinasikan dengan kain perca polos
	b. Jaket	Desain jaket hoodie untuk wanita, material <i>full</i> kain perca atau bisa dikombinasikan dengan kain jeans

sumber: hasil tahap informasi yang diolah

**Tahap analisis** adalah memilih produk yang paling layak baik secara teknis pembuatan, estetika, finansial (margin yang paling besar) maupun pemasaran (pasar yang paling terbuka lebar). Dari hasil analisis, maka produk yang paling layak untuk dikembangkan adalah:

Tabel 2. Jenis Produk dan Alasan Pemilihan Produksi Kerajinan Perca Batik

Jenis Produk	Alasan Pemilihan Produksi
1. Kalung	Banyak diminati pasar sebagai aksesoris yang paling sering dipakai oleh wanita, banyak variasi model produknya, harga jual bisa tinggi
2. Tas Wanita	Belum banyak yang memproduksi tas wanita berbahan baku kain perca batik yang <i>fashionable</i> , sementara minat pasar terhadap produk

Jenis Produk	Alasan Pemilihan Produksi
	tersebut masih besar, proses pembuatannya tergolong mudah namun diperlukan kreativitas yang tinggi
3. Outer	Banyak wanita atau ibu – ibu yang senang dengan model pakaian outer karena mudah dipadupadankan dengan pakaian lain, belum banyak pesaing yang memproduksi jenis pakaian ini yang berbahan baku perca batik (yang sudah ada dan banyak di pasaran adalah rok atau baju anak – anak), harga jual yang tidak terlalu tinggi memudahkan untuk dipasarkan
4. Jaket	Desain jaket hoodie untuk wanita belum banyak dijual di pasar khususnya berbahan baku batik atau terlebih perca batik, modelnya yang unik banyak diminati khususnya untuk anak – anak muda. Harga jual bisa tinggi dengan penggunaan kain perca yang tidak terlalu banyak, hanya memang diperlukan kreativitas yang tinggi khususnya dalam mengkombinasikan motif perca sebelum dijahit.

sumber: hasil tahap kreativitas yang diolah

**Tahap pengembangan** merupakan seleksi ide pada tahap sebelumnya yang disempurnakan. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah menciptakan produk dari kain perca yang bernilai komersil sehingga akan mampu meningkatkan ekonomi daerah dan pendapatan masyarakat khususnya mitra. Maka pada tahapan ini secara singkat akan dijabarkan perhitungan keuangan yang meliputi HPP (Harga Pokok Penjualan), harga jual dan profit yang diperoleh secara rata – rata produk yang dipilih untuk diproduksi pada tahapan sebelumnya (Tahap Analisis)

Tabel 3. Perhitungan HPP, Harga Jual dan Profit Produk Kerajinan Perca Batik

Nama Produk	HPP	Harga Jual	Profit Margin
1. Kalung	Rp. 25.000,-	Rp. 55.000,-	Rp. 30.000,-
2. Tas Wanita	Rp. 40.000,-	Rp. 80.000,-	Rp. 40.000,-
3. Outer	Rp. 80.000,-	Rp. 150.000,-	Rp. 70.000,-
4. Jaket	Rp. 90.000,-	Rp. 200.000,-	Rp. 110.000,-

sumber: hasil tahap analisis yang diolah

**Tahap rekomendasi** yaitu mempresentasikan alternatif terpilih. Dari hasil diskusi dengan mitra pengabdian disepakati pengembangan empat jenis produk berbahan baku perca batik yaitu: aksesoris (berupa kalung), tas wanita, serta pakaian (outer dan jaket). Pemilihan produk ini sesuai dengan survey minat pasar dan pemetakan kemampuan produksi mitra.

## Simpulan

Kerajinan (craft) yang berbahan baku perca batik terbukti sangat efektif dalam meningkatkan nilai tambah dari limbah kain batik itu sendiri. Dengan menciptakan produk yang bernilai komersil akan mampu meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat. Dari tahapan - tahapan pada metode pelaksanaan, maka teridentifikasi jenis - jenis dan spesifikasi produk yang diminati oleh konsumen atau masyarakat. Produk kerajinan yang dikehendaki konsumen memiliki karakteristik sebagai berikut: kerajinan yang dapat dikenakan (dipakai), harga terjangkau, model unik, meskipun berbahan baku perca namun kombinasi tetap memperhatikan aspek estetika.

### Ucapan Terima Kasih

1. Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktor Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi selaku pemberi dana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) 2018 sesuai dengan Kontrak Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Nomor 009/L6/AK/SP2H/PPM/2018, tanggal 28 Maret 2019
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pekalongan atas dukungan kelembagaan
3. Aisyiah Ranting Sijambe Kecamatan Wonokerto Kabupaten Pekalongan sebagai mitra.

### Daftar Pustaka

- Badan Ekonomi Kreatif. Diakses pada Juli 15, 2019 dari <https://www.bekraf.go.id/>
- Howkins, J., & HARTLEY, J. 2005. Creative Industries. Creative industries.
- Hutabarat, J. 1995. Diktat Rekayasa Nilai (Value Engineering). Malang: Institut Teknologi Nasional
- money.kompas.com. Diakses pada Juli 15, 2019 dari <https://money.kompas.com/read/2019/07/15/211753026/bekraf-ingin-bangun-konsep-kota-berbasis-industri-kreatif>
- Park, Richard J. (1999). Value Engineering. USA. CRC Press LLC